

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Perkembangan industri motor saat ini mulai berkembang pesat. Hal ini berhubungan dengan berbagai macam produk motor yang berkembang. Seperti yang kita ketahui, alat transportasi yang sering digunakan oleh masyarakat adalah sepeda motor karena penggunaannya yang efisien. Sehingga menuntut industri motor untuk terus berkembang dan inovatif dalam memenuhi kebutuhan konsumennya. Dengan demikian produsen dituntut untuk lebih peka, kritis dan reaktif terhadap perubahan yang ada, baik dalam bidang politik, ekonomi dan sosial budaya.

Di Indonesia sendiri terdapat berbagai macam merek sepeda motor, seperti Yamaha, Honda, Kawasaki dan Suzuki yang lebih banyak diminati oleh masyarakat. Yang membuat perusahaan-perusahaan sepeda motor harus lebih bekerja keras untuk mengembangkan produknya baik dalam kualitas produk, harga dan citra produk. Sehingga dapat diterima oleh masyarakat dan dapat menarik para konsumen untuk membeli produk. Selain itu dengan adanya perkembangan teknologi yang semakin maju membuat persaingan semakin menarik, karena dengan adanya teknologi yang semakin berkembang mempermudah perusahaan dalam mempromosikan atau memperkenalkan produk yang mereka ciptakan.

Konsumen sendiri menjadi faktor penting dalam keberhasilan atau kegagalan suatu perusahaan didalam memasarkan produknya. Sehingga perusahaan harus mampu mengenali secara dini apa yang menjadi kebutuhan dan harapan konsumen saat ini maupun di masa yang akan datang. Disini perusahaan membutuhkan seorang manajer pemasaran yang mampu mengerti akan perilaku konsumen sehingga dapat memberikan definisi pasar yang baik untuk mengikuti perubahan yang terus-menerus ini, serta untuk merancang bauran pemasaran yang tepat.

Salah satu keunggulan dalam persaingan sebuah produk adalah kualitas produk yang dapat memenuhi keinginan konsumen. Apabila sebuah perusahaan tidak memiliki kualitas produk yang sesuai dengan spesifikasi yang diinginkan oleh konsumen maka produk akan ditolak oleh konsumen. Selain itu, lokasi menjadi sarana untuk membuat produk yang dihasilkan dan dijual dapat mudah dijangkau dan tersedia bagi pasar sasaran.

Harga merupakan sebuah atribut diantara beberapa atribut lain dalam pengambilan keputusan konsumen. Selain kualitas produk, harga juga merupakan suatu yang paling berperan bagi perusahaan untuk dapat bersaing didalam pasar. Hal ini akan mengakibatkan terjadinya persaingan harga dari berbagai merek produk yang tersedia dipasar sehingga konsumen yang sensitif terhadap perubahan harga cenderung akan beralih ke merek lain yang lebih murah. Hurriyati (2005:152) menyatakan harga mempunyai peranan penting dalam

proses pengambilan keputusan yaitu peranan alokasi dari harga adalah membantu para pembeli untuk memutuskan cara memperoleh manfaat atau utilitas tertinggi yang diharapkan berdasarkan kekuatan daya belinya.

Konsumen memilih suatu produk tersebut karena benar-benar ingin merasakan nilai dan manfaat dari produk tersebut. Akan tetapi, konsumen juga dipengaruhi oleh adanya kesempatan memiliki produk tersebut dengan harga yang lebih murah dari biasanya sehingga akan lebih ekonomis. Hal ini yang harus dipertimbangkan bagi perusahaan untuk menciptakan produk yang berkualitas akan tetapi harganya terjangkau dan dengan strategi pemasaran yang lebih menarik.

Penjualan sepeda motor memang cukup menggiurkan karena kebutuhan akan sepeda motor terus meningkat seiring dengan pertumbuhan penduduk. Sampai saat ini Yamaha merupakan produk unggulan yang masih banyak diminati oleh masyarakat. Meskipun di tahun ini tingkat penjualan sepeda motor Yamaha mengalami penurunan dibandingkan tahun 2011-2012 yang merupakan produk paling dominan karena memiliki tingkat penjualan paling tinggi dibanding dengan produk sepeda motor Honda.

Berdasarkan uraian diatas, pasar selalu dinamis dalam hal persaingan dan semakin menuntut pihak pemasar untuk melakukan antisipasi pemasaran produknya, maka penting untuk meneliti tentang “ANALISIS PENGARUH

KUALITAS PRODUK, HARGA, LOKASI DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR YAMAHA”.

B. PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan uraian dari latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk sepeda motor Yamaha?
2. Bagaimana pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian produksepeda motor Yamaha?
3. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk sepeda motor Yamaha?
4. Bagaimana pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian produk sepeda motor Yamaha?

C. TUJUAN PENELITIAN

Tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui secara signifikanpengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha.
2. Untuk mengetahui secara signifikan pengaruhharga terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha.

3. Untuk mengetahui secara signifikan pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha.
4. Untuk mengetahui secara signifikan pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha.

D. MANFAAT PENELITIAN

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak yang terkait, yaitu :

1. Bagi peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan tentang perilaku konsumen dan bagaimana pengaruh kualitas produk, harga, lokasi dan citra merek dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

2. Bagi dealer motor sumber baru rezeki

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi pedoman mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian produk, sebagai bahan pertimbangan untuk menentukan kebijakan perusahaan selanjutnya.

3. Bagi akademis

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi pedoman untuk membantu penelitian-penelitian selanjutnya dan diharapkan penelitian selanjutnya dapat memperbaiki kekurangan pada penelitian ini.

E. SISTEMATIKA PENULISAN

Penulisan penelitian ini dikelompokkan dalam 5 bab dengan perincian sebagai berikut :

Bab I : Pendahuluan

Bab ini berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

Bab II : Tinjauan pustaka

Bab ini berisi landasan teori, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan hipotesis awal yang akan diuji.

Bab III :Metode Penelitian

Bab ini berisi variable penelitian dan definisi operasional penentuan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data dan analisis data.

Bab IV : Hasil dan Pembahasan

Bab ini berisi diskripsi objek penelitian, gambaran singkat variabel penelitian, karakteristik responden, estimasi model, analisi data dan pembahasan mengenai hasil analisis dari penelitian.

Bab V : Penutup

Bab ini berisi kesimpulan secara singkat yang diperoleh dari pembahasan dan saran-saran yang berkaitan dengan hasil penelitian.